

Toimitusjohtajan katsaus

Kai Telanne

Alma Media Oyj:n yhtiökokous 20.3.2014



Sisältö

- Alma Median vuosi 2013
 - Strategian toteuttaminen
 - Markkinakehitys
 - Tuloskehitys
- Vuosi 2014 ja eteenpäin

Alma Median vuosi 2013

01.

Yleisen talouden heikko kehitys vaikutti negatiivisesti media-alan taloudelliseen kehitykseen.

Heikossa markkinatilanteessa mainospanostukset laskivat historiallisen alhaiselle tasolle.

Siirtymä perinteisestä mediasta digitaalisiin kanaviin kiihtyi.

02.

Digitaalisen median kehittämishankkeissa onnistuttiin.

Kansainväliset investoinnit kannattivat hyvin.

Uusi painolaitos Tampereella otettiin käyttöön.



Alma Median vuosi 2013

Strategian toteuttaminen

LIVING INFORMATION



Strategian keskeiset elementit



**Digitaalisen
ilmoitus- ja
sisältöliiketoiminnan
kasvattaminen**



**Kasvua
digitaalisista
kuluttaja- ja
yrityspalveluista**



**Painetun sanomalehtiliiketoiminnan
elinvoimaisuuden varmistaminen**

Strategian keskeiset elementit 1/3



Painetun sanomalehtiliiketoiminnan elinvoimaisuuden varmistaminen

- Laadun ja tehokkuuden nostaminen alueellisessa mediassa toimitusten yhteistyöllä.
- Uuden painokoneen käyttöönotto ja ulkopuoliset painotyöt.
- Jakelun optimointi ja uudelleen järjestelyt.

Uudistuksilla parannusta sanomalehden kilpailukykyyn

Aamulehden isot uudistukset

- Premium-tilausmalli vuodenvaihteessa 2013-2014
- Tabloidi-kokoon 1.4.2014, samalla Aamulehti.fin uudistuksessa verkon uutistarjonta kasvaa ja tilaajille avautuu laajennettu sisältöpaketti.

Lännen Median käynnistäminen

- 12 aluelehden toimituksellisesta yhteistyöstä voimaa ja laatua valtakunnalliseen uutisointiin.

Pohjolan Sanomat viisipäiväiseksi



Välttämätön korvausinvestointi painamisen kilpailukykyyn

Tampereen uusi painolaitos

- Painolaitos on käynnistysvaiheen jälkeen hyvässä vauhdissa. Viikossa painetaan 5 miljoonaa lehteä.
- Alma Median sanomalehtien lisäksi laitoksessa painetaan muun muassa Hämeen Sanomia sekä useita Talentumin lehtiä.
- Noin 70 milj. euron investoinnin takaisinmaksuaika on 10 vuotta.
- Alma Media sulkee Rovaniemen lehtipainon 31.3.2014.



Strategian keskeiset elementit 2/3



Digitaalisen ilmoitus- ja sisältöliikevaihdon kasvattaminen

- Digitaalisen sisältöliikevaihdon kasvattaminen uusien tilausmallein.
- Verkko- ja mobiilimainonnan kasvattaminen tarjontaa laajentamalla.
- Web-television kehittäminen.

Jatkuvaa panostusta kotimaan digitaaliseen kasvuun

2013 onnistumisia:

- Kauppalehden, Iltalehden ja Aamulehden mobiilisovellukset
- Fiidi.fi –palvelun lanseeraus Iltalehti.fi:n yhteyteen
- Kauppalehden maksulliset sisällöt
- Alueelliset verkkosisällön maksullisuuden kokeilut
- Aamulehden Premium-tilausmalli
- Yleisökohdennetun mainonnan palvelun Almascopen lanseeraus

Kauppalehti

AAMULEHTI

fiidi.fi

ALMASCOPE
TAVARAT - KOTI - KOKO PERHE VUOROKAUDEN

LIVING INFORMATION



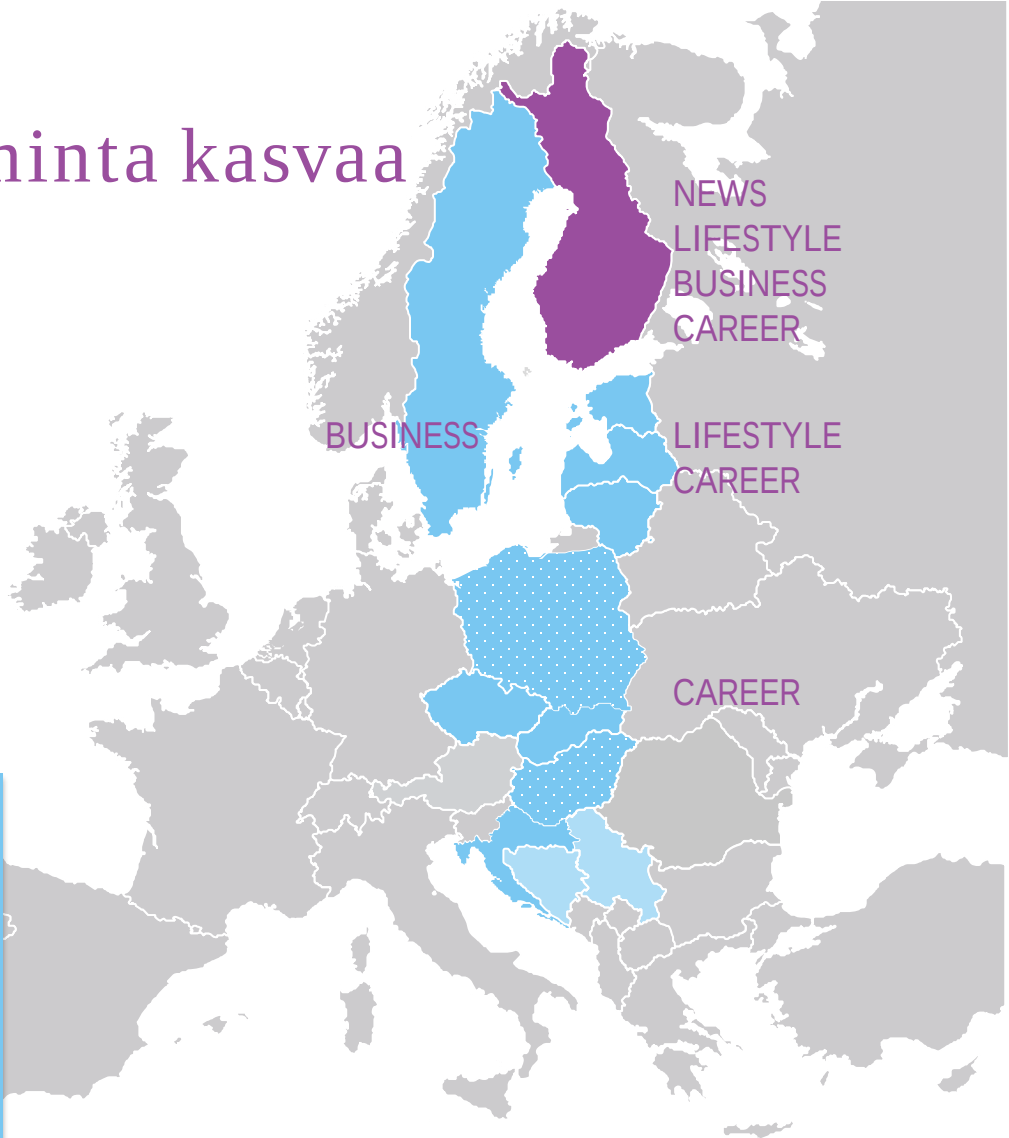
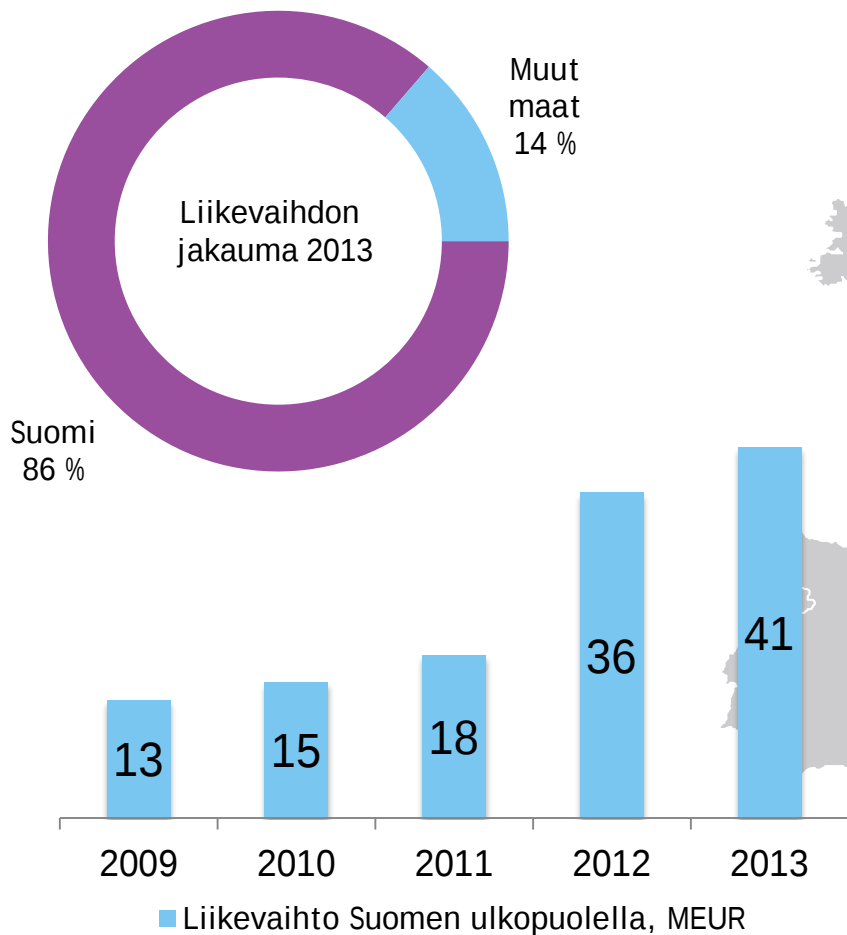
Strategian keskeiset elementit 3/3



Kasvua digitaalisista kuluttaja- ja yrityspalveluista

- Kansainvälisen rekrytointipalveluiden verkoston kehittäminen.
- Kotimaisten markkinapaikkojen markkinajohtajuus
- Yrityksille suunnattujen tietopalveluiden kehittäminen.

Kansainvälinen liiketoiminta kasvaa



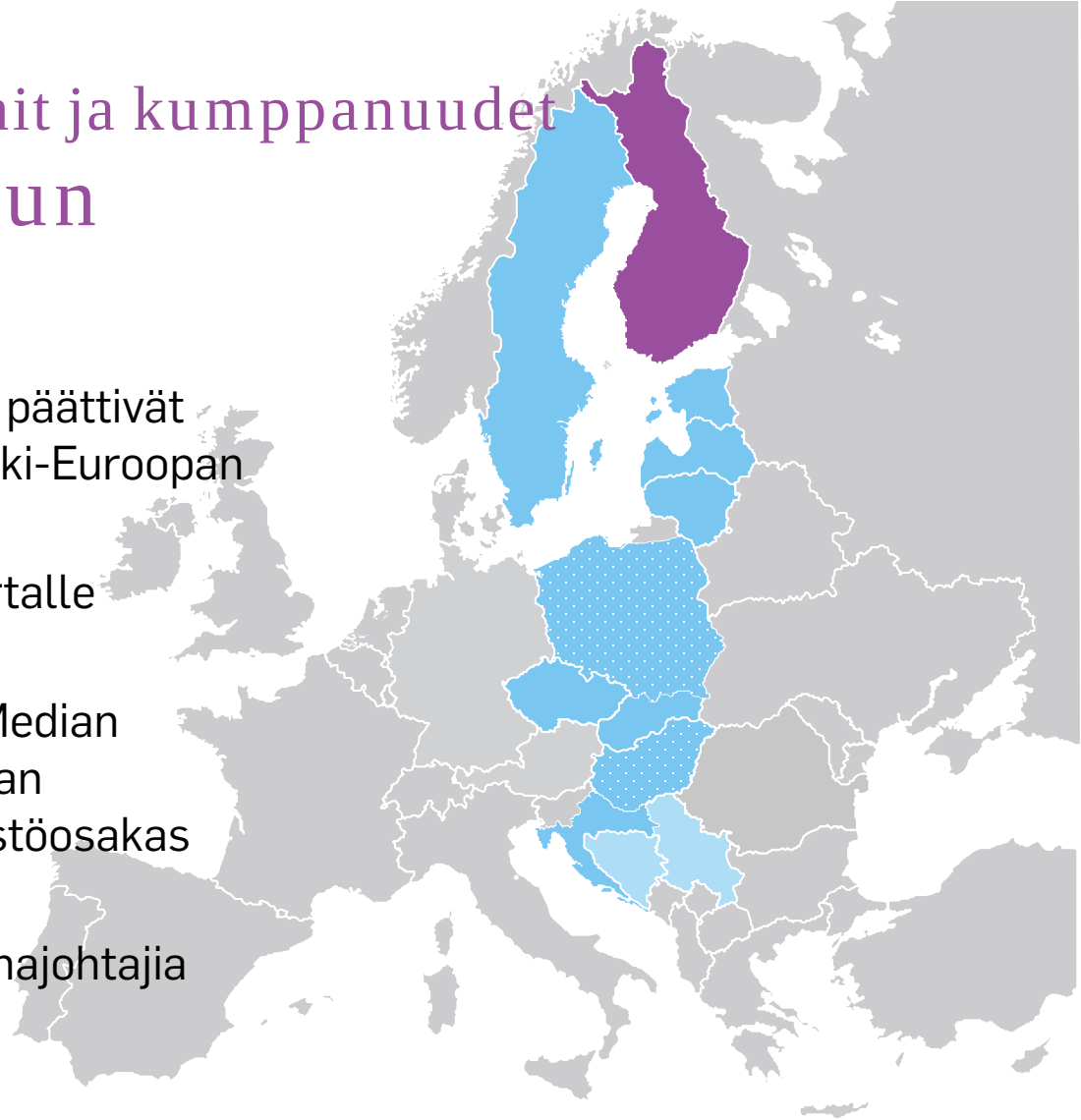
Kansainväliset investoinnit ja kumppanuudet digitaaliseen kasvuun

2013:

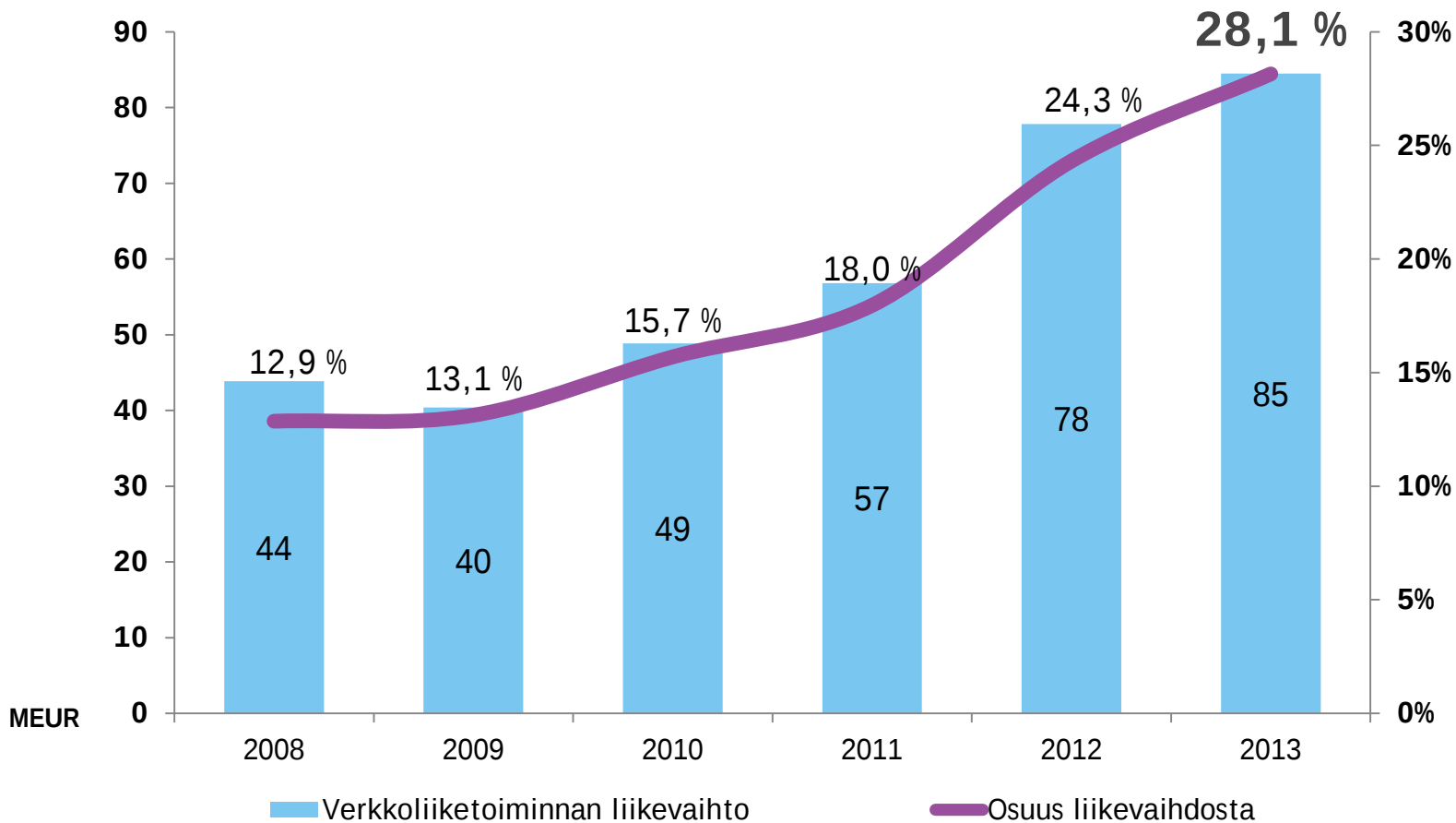
Alma Media ja Monster Worldwide päättivät syventää yhteistyötään itäisen Keski-Euroopan rekrytointipalveluissa.

- Uusina maina Alma Median kartalle Puola ja Unkari.
- Monsterista tuli kaikkia Alma Median rekrytointiportaaleja hallinnoivan Alma Career –yhtiön vähemmistöosakas 15 prosentin osuudella.

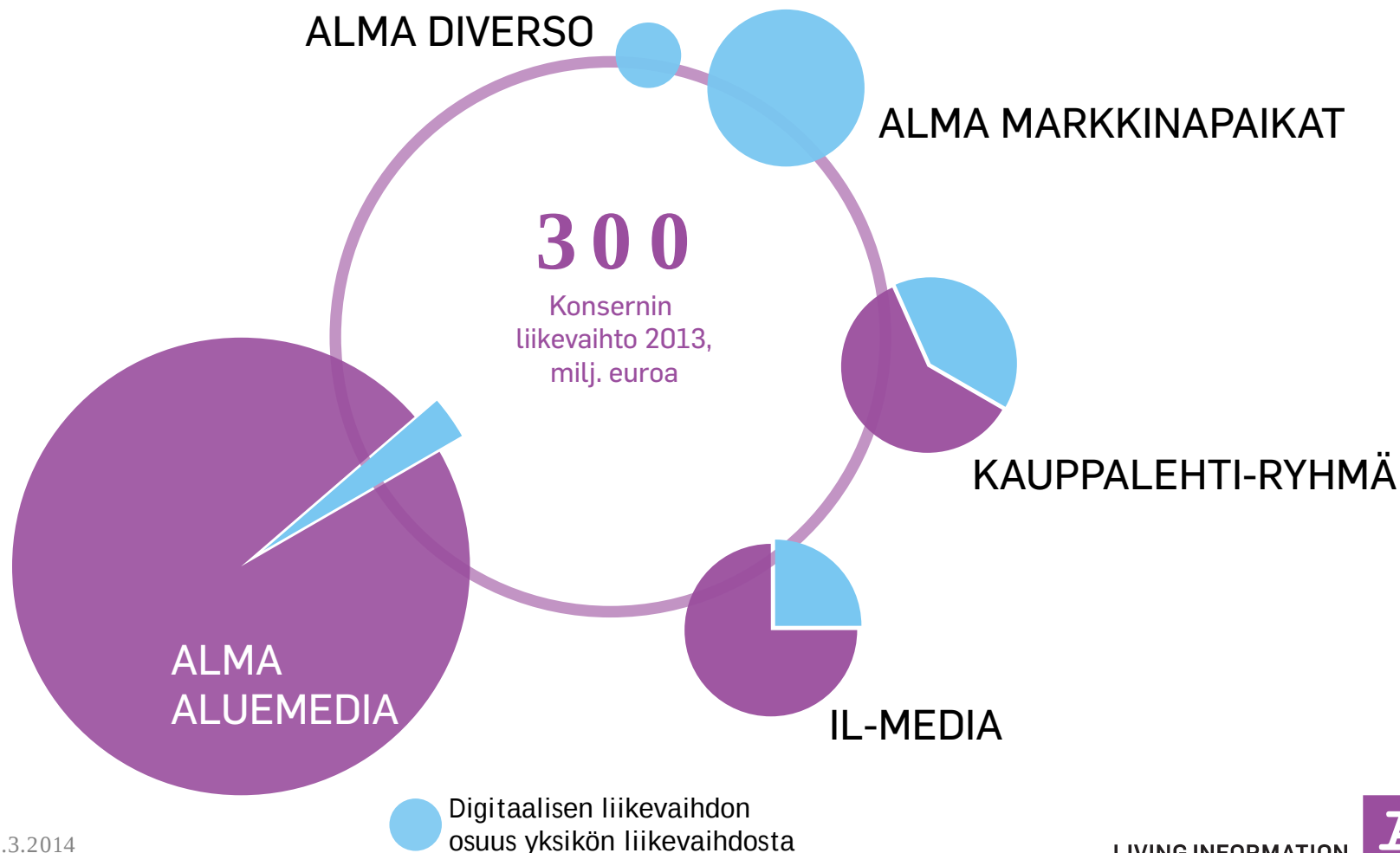
Alma Median palvelut ovat markkinajohtajia lähes kaikissa toimintamaissa.



Digitaalinen liiketoiminta kasvaa



5 liiketoimintaa digitaalisella matkalla



Kestävä Media –yritysvastuuohjelma 2013

- Toimme ajatusjäljen käsitteen Suomeen ja nostimme rakentavan journalismin yhteiskunnalliseen keskusteluun.
- Pitkäjänteinen ympäristötyömme sai tunnustusta: Alma Media nousi Carbon Disclosure Project –ilmastoaloitteessa ainoana mediayhtiönä parhaiden pohjoismaisten yhtiöiden joukkoon Climate Disclosure Leadership –indeksiin.
- Henkilöstön tyytyväisyysmittauksen tulokset paranivat muun muassa esimiestyön, toimintakulttuurin ja yleisen työhyvinvoinnin osalta.
- Aktiivinen Vastuullinen kesäduuni –kampanjan tukeminen.



Kenelläkään ei ole selvää karttaa
tulevaisuuteen. Uudistuminen
edellyttää runsaasti kokeiluja.

Alma Median vuosi 2013

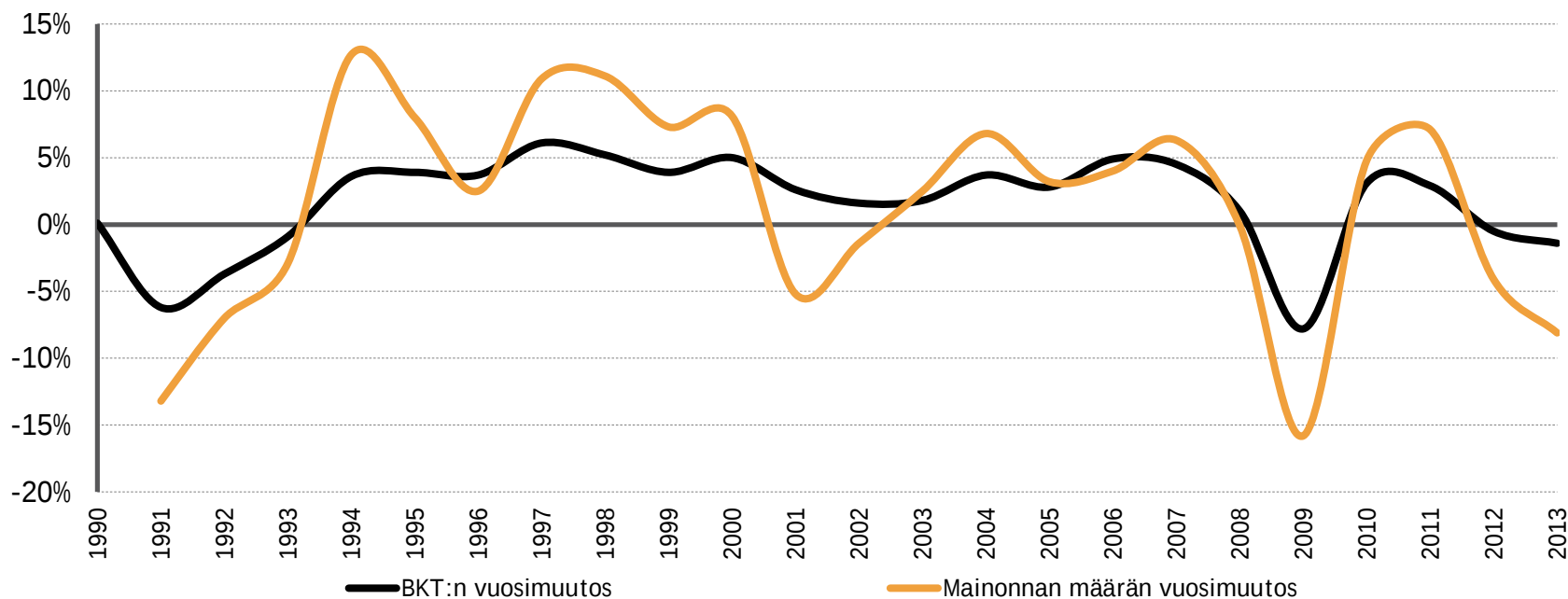
Markkinakehitys



LIVING INFORMATION

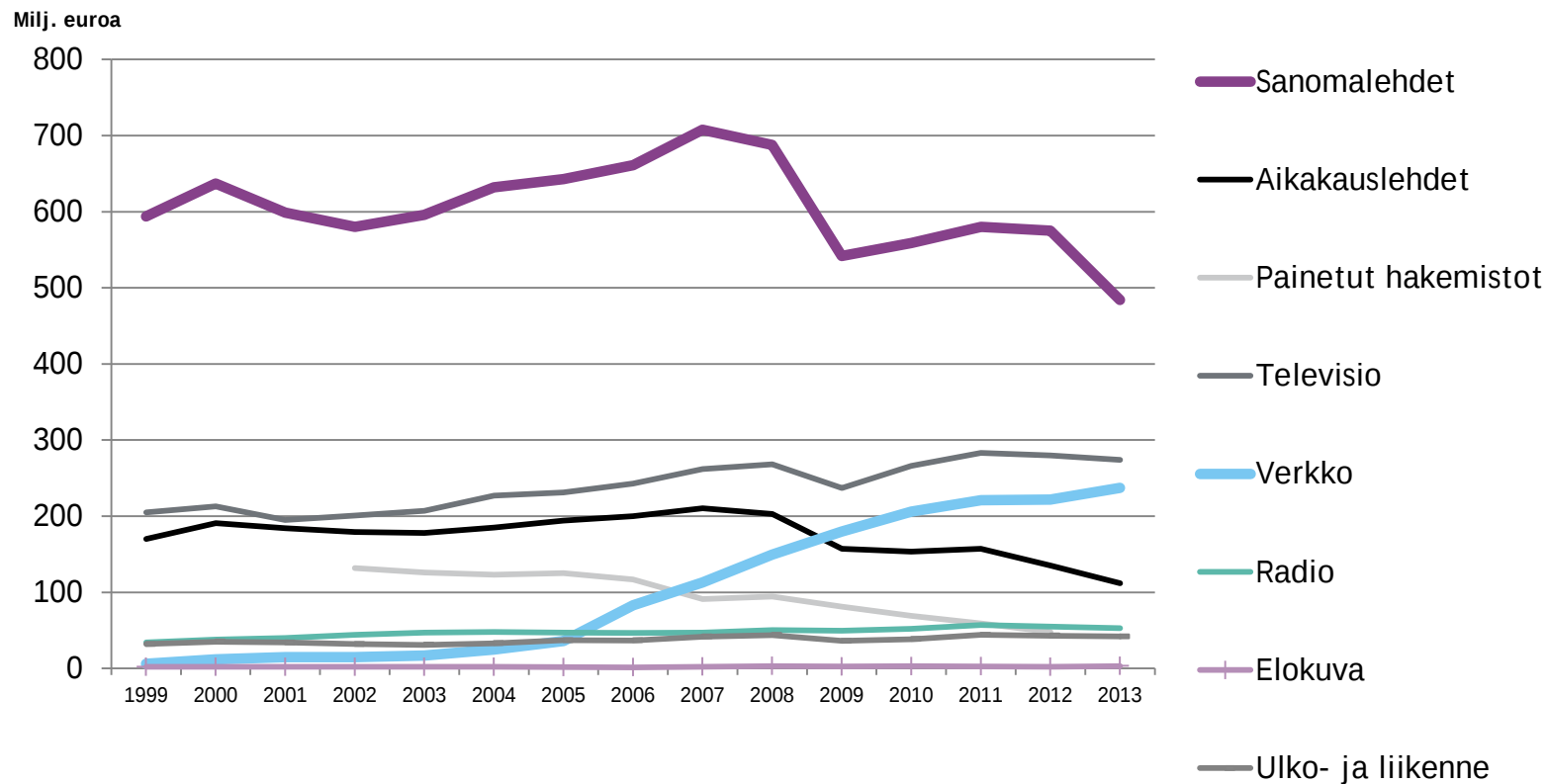


Suhdanteet heiluttavat mainonnan määrää

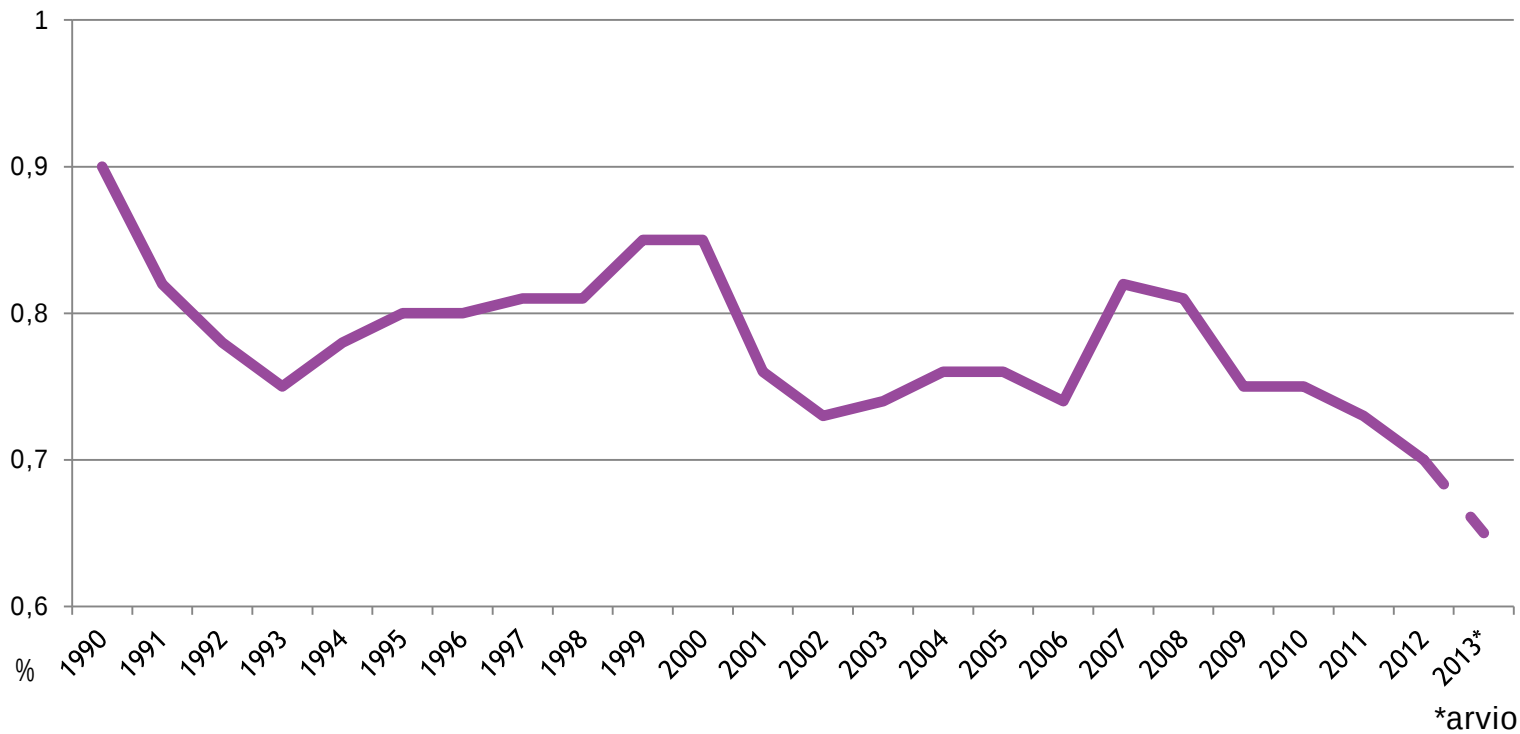


Lähteet: Tilastokeskus (BKT-muutos 2013 on ennakkotieto), Mainonnan neuvottelukunta, TNS

Mediamainonnan kehitys medioittain



Mainonnan osuus BKT:sta ennätysalhainen





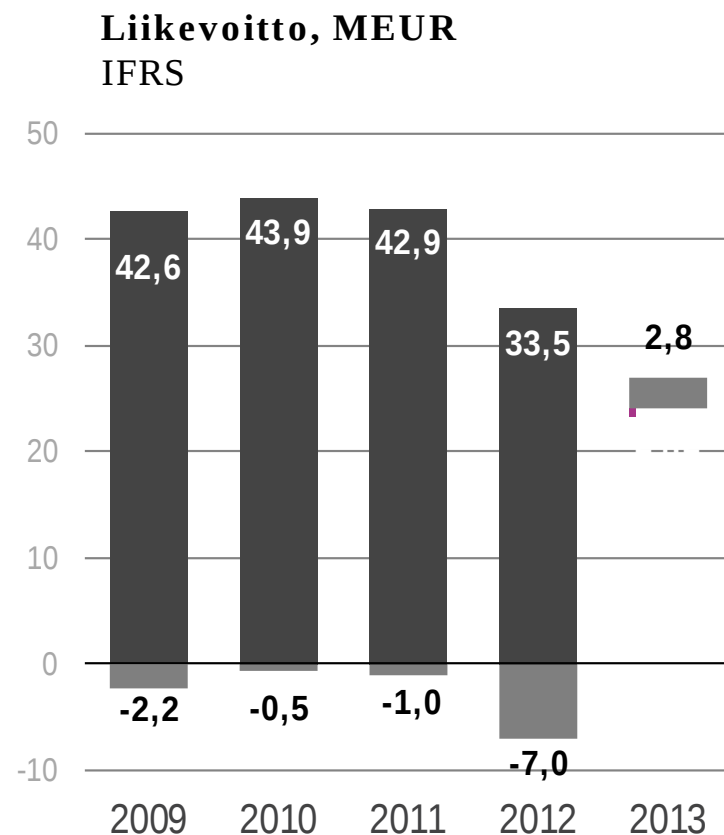
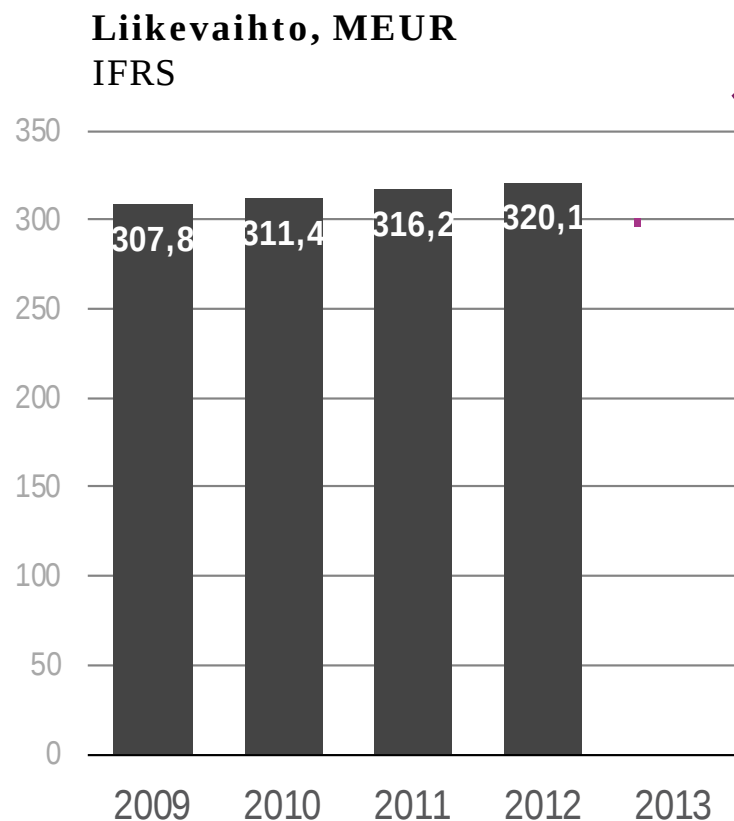
Alma Median vuosi 2013

Tuloskehitys

LIVING INFORMATION



Liikevaihto ja liikevoitto 2009 - 2013



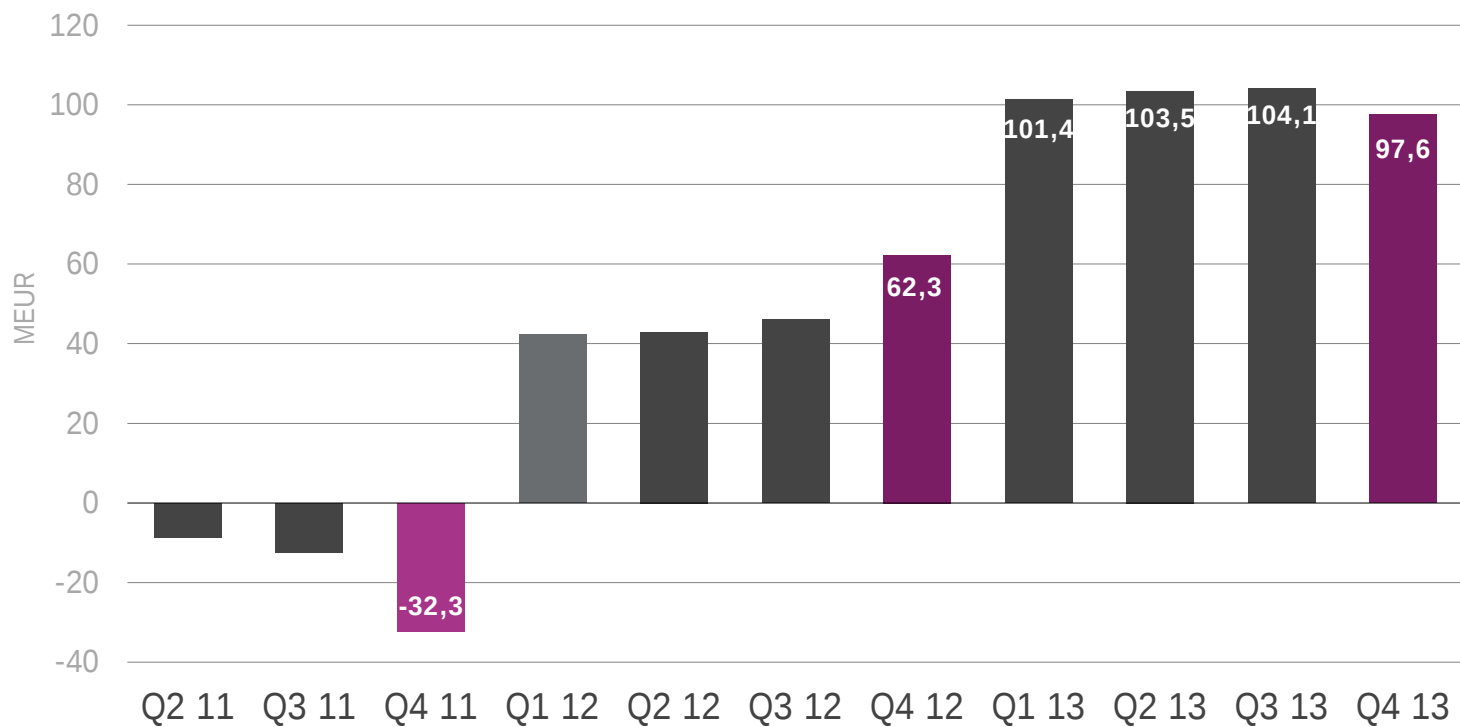
■ Kertaluonteiset erät

LIVING INFORMATION

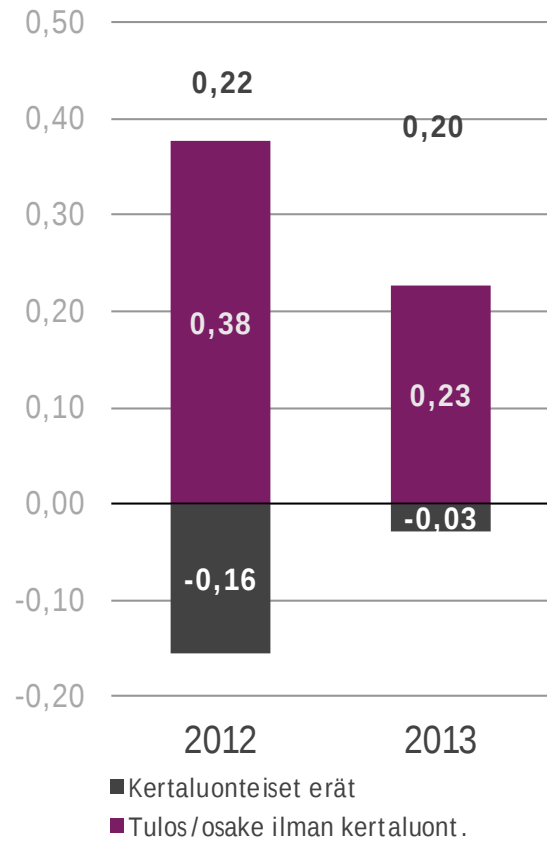


Korolliset velat

Nettovelat Q2/2011-Q4/2013



Tulos/osake ja oma pääoma/osake

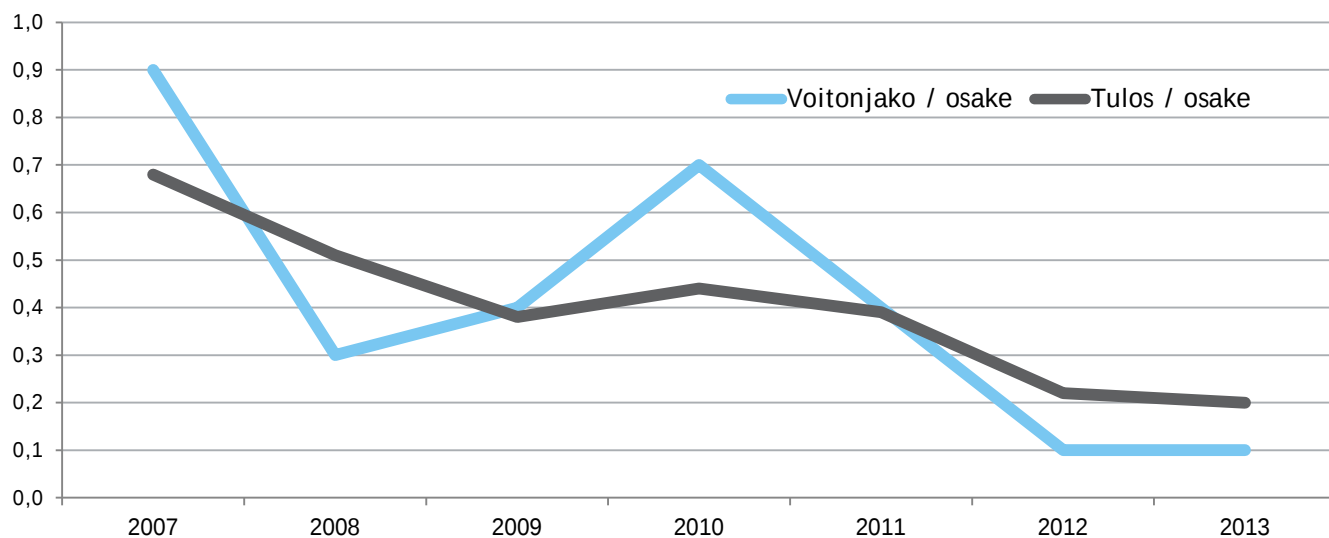


Voitonjako 2006-2013

Osingot * ja efektiiviset osinkotuotot								
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Osinko *, eur	0,65	0,90	0,30	0,40	0,70	0,40	0,10	0,10
Efektiivinen osinkotuotto	7,7 %	6,1 %	5,3 %	5,3 %	8,5 %	6,5 %	2,2 %	3,3 %

* yhteensä osinko ja maksettu pääomanpalautus

Vuoden 2013 voitonjakoehdotus 0,10 €/osake, efektiivinen osinkotuotto 3,3 %
(osakekurssi 31.12.2013, 2,99 € /osake)



2014 ja eteenpäin



LIVING INFORMATION



Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet

Alma Median taloudelliset tavoitteet	2011	2012	2013	Tavoite-taso
Digitaalisen liiketoiminnan kasvu	16,3 %	36,8 %	8,4 %	> 15 %
Sijoitetun pääoman tuotto ROI, %	26,1 %	13,8 %	10,1 %	> 15 %
Osinkosuhde*	103 %	45 %	50 %**	> 50 %

* Sisältää pääomanpalautuksen osakkeenomistajille.

** Perustuu hallituksen ehdotukseen yhtiökokoukselle.

Evoluutio ei ehkä riitä.

Nopea teknologian ja kuluttajakäyttämisen muutos vaatii resurssien uudelleenkohdentamista sekä fokusta uusiin tuotteisiin ja palveluihin. Pitää uskaltaa kuopata myös vanhaa.

Strategian toteutuksen painopisteet 2014

**Monikanava-
sisällöt**

**Markkinointi-
ratkaisut**

**Digitaaliset
palvelut**

**Voimavarat ja
osaaminen**

Rakennamme lisää valmiuksia, etsimme tehoa ja kiihdytämme kasvua digitaalisissa palveluissa ja mediassa.

Rakennamme ympärivuorokautisen mediankäyttökokemuksen

perustuen kattavaan analyysiin asiakkaidemme mieltymyksistä ja mediankäytöstä.

Aamulehteä luetaan halukkaasti kuten ennenkin, mutta aiempaa monipuolisemmin ja kellon ympäri.



Monikanava- sisällöt

Case liikkuva kuva

- IL-TV on Suomen suurin netti-tv
- Helmikuussa 2014 530 000 eri kävijää, maaliskuun 2. viikolla 3,8 miljoonaa videostarttia
- Mainonta vahvassa kasvussa: kyky myydä mainostajille tarkkoja kohderyhmiä ja parantaa mitattavuutta.
- Monipuolinen sisältötarjonta verkkoyleisöjen ehdoilla.



Markkinointi- ratkaisut

Case mobiilimainonta

- Älypuhelimien yleistyttyä mobiilimainonta on digitaalisen näyttömainonnan nopeimmin kasvava alue myös Alma Mediassa.
- Markkina lähes nelinkertaistui 10 miljoonaan euroon vuonna 2013 (TNS).
- Alma Median markkinaosuus vuonna 2013 oli noin 15 %, Iltalehden ja Kauppalehden mobiilisivustot suurimpina.



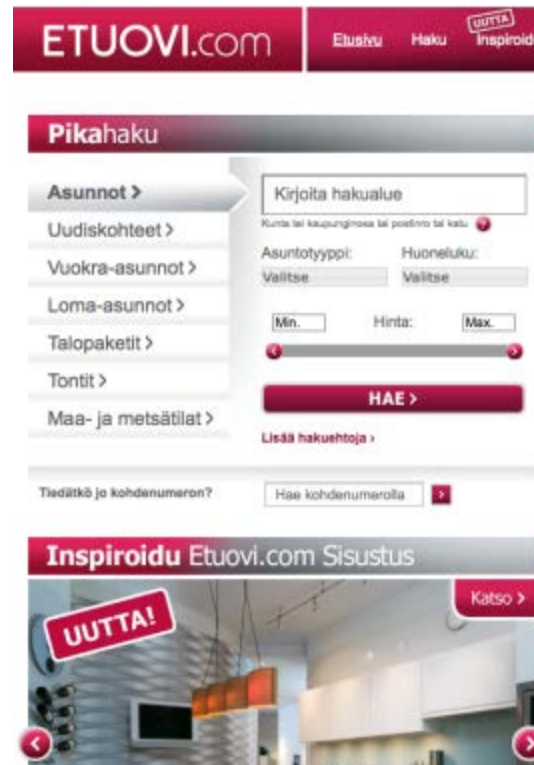
On luotava monipuolinen palvelutarjonta

hajauttaaksemme riskiä ja lisätäksemme menestymisen
mahdollisuuksia.

Digitaaliset palvelut

Case asumisen palvelut

- Etuovi.com muuttumassa asuntojen markkinapaikasta kattavaksi asumisen kokonaispalveluksi.
- Palvelutarjonnassa mukana jo sisustaminen, tarjontaa laajennetaan edelleen.
- Mainostajat ja kuluttajat ovat ottaneet palvelutarjonnan laajentamisen hyvin vastaan, mikä monipuolistaa asuntojen markkinapaikan ansaintaa.



Vuoteen 2020 mennessä
Alma Median liikevaihdosta on
50 % digitaalista.

Tämän päivän medialiiketoiminta ei sovi heikkohermoisille.

Se on jatkuvaa tasapainoilua olemassa olevan liiketoiminnan ja riskipitoisen kasvun välillä. Kestävän kasvun aikaansaaminen vaatii erinomaista ymmärrystä nopeasti muuttuvasta kuluttajakäyttäytymisestä sekä jatkuvaa innovointia ilman epäonnistumisen pelkoa, enemmänkin virheistä oppimalla.

Kiitos!

LIVING INFORMATION

